

Studieordning for uddannelsen til
MARKEDSFØRINGSØKONOM (AK)
ved



2009/2011
Viborg

Indhold

Fælles del:

1. Uddannelsen	4
1.1 Formål	4
1.2 Omfang	4
1.3 Mål for læringsudbytte	4
1.4 Titulatur	5
2. Uddannelsens indhold og struktur.....	6
3. Læringsmål for kerneområderne	8
3.1 International markedsføring og salg (30 ECTS)	8
3.2 Økonomi (20 ECTS)	8
3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)	9
3.4. Erhvervsret (10 ECTS)	10
4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:	11
4.1 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester ...	12
4.1.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	12
4.1.2 Økonomi (5 ECTS)	13
4.1.3 Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)	14
4.1.4 Erhvervsret (5 ECTS)	15
4.2 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester...	17
4.2.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	17
4.2.2 Økonomi (5 ECTS)	18
4.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	18
4.2.4 Erhvervsret (5 ECTS)	20
4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester...	21
4.3.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)	21
4.3.2 Økonomi (10 ECTS)	22
4.3.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)	23
4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer	24
4.4.1 Statistik - 2. semester (5 ECTS)	24
4.4.2 Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)	25
5. Praktik (15 ECTS)	26
6. Prøver	27
6.1. Oversigt over prøver og eksaminer	27
6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer	28
6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer	29

Institutions del:

7. Eksamen.....	31
7.1 Indstilling til eksamen	31
7.2 Eksamensforsøg.....	31
7.3 Afholdelse.....	31
8. Valgfri uddannelseselementer.....	32
8.1 Vejledning om valg af valgfag.....	32
8.2 Intern Kommunikation, Valgfag 2. semester (5 ECTS).....	32
8.3 Markedskommunikation (ekstern kommunikation), Valgfag 3. Semester (5 ECTS).....	34
9. Regler for praktikkens gennemførelse.....	36
10. Prøver i valgfri uddannelseselementer.....	38
11. Internationalisering.....	38
12. Krav til det afsluttende eksamensprojekt.....	39
12.1 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS).....	39
13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer	39
14. Krav til obligatoriske opgaver og projekter.....	40
14.1 Projekter på de 3 første semestre (foruden eksamensprojekt).....	40
14.2 Obligatoriske elementer	41
14.3 Øvrige specielle aktiviteter.....	42
15. Retningslinjer for differentieret undervisning.....	42
16. Regler om merit m.v.....	42
16.1 Orlov	43
16.2 Dispensation fra studieordningen	43
16.3 Klager.....	43
17. Regler om de studerendes studieaktivitet.....	44
18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.....	44
19. Ikrafttrædelsesbestemmelser	44
20. Henvisninger til gældende retsregler.....	45

Fælles del

1. Uddannelsen

1.1 Formål

Formålet med uddannelsen er at kvalificere den studerende til selvstændigt at varetage arbejde med at analysere, planlægge og realisere løsninger, der bredt vedrører markedsføring i handels-, produktions- og servicevirksomheder nationalt og internationalt.

Markedsføringsøkonomen skal kunne kombinere viden om økonomiske, juridiske, organisatoriske, kulturelle, samfundsmæssige og teknologiske forhold i forbindelse med markedsføring på et globalt marked.

Endvidere skal den uddannede kunne indgå i samarbejds-mæssige sammenhænge med mennesker med forskellig uddannelsesmæssig, sproglig og kulturel baggrund.

1.2 Omfang

Uddannelsen er normeret til 2 studenterårsværk eller 120 ECTS. Et årsværk er en fuldtidsstuderendes arbejde i et år. Arbejdsbelastningen omfatter således skemalagt undervisning, undervisningsforberedelse, fordybelse, skriftlige arbejder, øvrige aktiviteter i forbindelse med undervisningen, studieophold, praktik og projekter i virksomheder, samt forberedelse og deltagelse i eksaminer. Uddannelsen er en fuldtidsuddannelse og skal være afsluttet senest 4 år efter studiestart.

1.3 Mål for læringsudbytte

Mål for læringsudbyttet omfatter den viden, de færdigheder og kompetencer, som en markedsføringsøkonom skal opnå i uddannelsen, jf. bekendtgørelsen

Viden

Den uddannede har viden om

- 1) Virksomhedens strategiske og økonomiske organisering,
- 2) Grundlæggende samfundsøkonomiske forhold,
- 3) Salgets gennemførelse,
- 4) Erhvervsjuridiske forhold herunder lovgivning om markedsførings- og konkurrenceforhold
- 5) Metoder til løsning af komplekse og praksisnære problemstillinger inden for markedsføring.

Færdigheder

Den uddannede kan

- 1) Foretage en international markedsvurdering.
- 2) Vurdere og gennemføre problemorienterede projekter inden for markedsmæssige emner,
- 3) Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag på dansk og engelsk,
- 4) På et analytisk grundlag at opstille relevante løsningsforslag indenfor markedsføringsmæssige problemstillinger
- 5) Vurdere virksomheds- og samfundsøkonomiske forhold,
- 6) Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til handel nationalt og internationalt
- 7) Vurdere organisatoriske, logistiske og ledelsesmæssige problemstillinger.

Kompetencer

Den uddannede kan:

- 1) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingsstrategi og internationalisering,
- 2) Håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for salg og markedsføring,
- 3) Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden samt deltage i udførelsen heraf,
- 4) Tilegne sig færdigheder og ny viden i forhold til det erhvervede på uddannelsen,
- 5) Håndtere handlemuligheder for en virksomheds økonomiske udvikling under hensyntagen til de samfundsøkonomiske vilkår og
- 6) Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang på dansk, engelsk og eventuelt et andet fremmedsprog skriftligt og mundtligt

1.4 Titulatur

Den, der har gennemført og bestået uddannelsen, opnår Erhvervsakademigraden AK og er berettiget til titlen Markedsføringsøkonom AK.

Den engelske betegnelse er AP Graduate in Marketing Management.

2. Uddannelsens indhold og struktur

Uddannelsen består af 4 semestre der tilsammen giver den færdige markedsføringsøkonom den kompetenceprofil, der er nævnt under afsnit 1. Samtidig udgør hvert semester et samlet og afgrænset læringsforløb med egen udprøvning. Det er således muligt for en studerende at erstatte et semester med en dokumenteret ækvivalerende læring og udprøvning fra en anden dansk eller udenlandsk institution.

Ligeledes kan udenlandske studerende gennemføre et eller flere semestre på uddannelsen.

Uddannelsen består af 4 kerneområder, 2 valgfri uddannelseselementer, praktik og afsluttende eksamensprojekt. Uddannelsens indhold og ECTS omfang opdelt på kerneområder fremgår af tabellen på følgende side.

Uddannelsen struktur fremgår af nedenstående model

	International Markedsføring og Salg	Økonomi	Kommunikation, organisation og ledelse	Erhvervsret	Valgfag
1. semester: Virksomhedens strategiske situation	10 ECTS A: Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen B: Grundlæggende statistik	5 ECTS A: Virksomhedsanalyse B: Mikroøkonomi	10 ECTS A: Kommunikation B: Organisationsstruktur C: Opbygning og analyse af supply chain	5 ECTS A: Retskilder B: Aftaleret C: Kreditsikring D: Virksomhedens retlige forhold	
2. semester: Strategiformulering	10 ECTS A: Markedsanalyse B: Vækststrategi C: Internationalisering D: Segmentering, målgruppevalg og positionering	5 ECTS A: Investering og finansiering B: Beskrivende økonomi og handelsteori	5 ECTS A: Ledelse af forsyningskæden B: Kulturanalyse C: Innovation	5 ECTS A: Erstatning uden for kontrakt B: Dansk og Internationalt køb C: Retlige markedsrelationer	5 ECTS A: Statistik el. B: 2. fremmedsprog el. C: Andet
3. semester: Strategiimplementering	10 ECTS A: Markedsføringsstrategi B: Salg og forhandlingsteknik	10 ECTS A: Makroøkonomi B: Budgettering og parameteroptimering	5 ECTS A: Projektledelse og salgsorganisering B: Organisationsudvikling		5 ECTS A: Driftsøkonomi el. B: 2. fremmedsprog el. C: Andet
4. semester:	Praktik 15 ECTS Afsluttende eksamensprojekt 15 ECTS				

3. Læringsmål for kerneområderne

3.1 International markedsføring og salg (30 ECTS)

Indhold

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik
- Markedsanalyse
- Vækststrategi
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering
- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Den studerende skal have viden om

- Anvendt teori indenfor markedsføring i et internationalt perspektiv
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller i relation til internationalt salg

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere og vurdere internationale markedsføringsstrategier
- Kunne vurdere og formidle forslag til strategier og parameterindsats på nationalt og internationalt niveau
- Kunne anvende forskellige markedsanalysemetoder og anvende statistiske færdigheder til vurdering af data

Den studerende skal opnå kompetencer til at

- Kunne forhandle med faglig og personlig gennemslagkraft
- Kunne deltage i faglige og tværfaglige løsninger af praksisnær markedsføringsmæssige problemstillinger på det nationale og internationale marked
- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægningen for virksomheden

3.2 Økonomi (20 ECTS)

Indhold

- Virksomhedsanalyse
- Mikroøkonomi
- Investering og finansiering
- Beskrivende økonomi og handelsteori
- Makroøkonomi
- Budgettering og parameteroptimering

Den studerende skal have viden om

- Grundlæggende mikroøkonomiske forhold
- Elementerne i virksomheders økonomiske styring
- Det globale økonomiske kredsløb

Den studerende skal have færdigheder i at

- Udarbejde mikroøkonomiske analyser på vare- og arbejdsmarked
- Beskrive og analysere investering og finansierings alternativer
- Beskrive og analysere de væsentligste samfundsøkonomiske og demografiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Udarbejde relevante budgetter for en virksomhed og et projekt
- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At kunne vurdere en virksomheds økonomiske udvikling og benytte budgettering i den økonomiske styring
- At placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf ved inddragelse af pris – og indkomstelasticiteter
- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til analyse og vurdering af et marked.

3.3. Kommunikation, organisation og ledelse (20 ECTS)

Indhold

- Analyse af kommunikationsformer og strategier samt kulturel kontekst
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng
- Analyse af virksomhedens struktur, ledelse, værdier, processer, motivationsfaktorer og kultur
- Innovation og organisationsudvikling
- Salgsorganisering
- Projektledelse og styring
- Analyse og vurdering af virksomhedens supply chain
- Analyse og vurdering af supply chain management

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og praktiske problemstillinger indenfor kommunikation/kultur, organisation, ledelse og logistik
- Metoder og teorier indenfor salgsorganisering

- Elementer og strategiske muligheder i forsyningskæden/supply chain og logistisk effektivitet
- Teorier og metoder til implementering af organisatoriske og innovative udviklingsprojekter, herunder begreber og metoder til projektstyring
- Kommunikationsteorier og problemstillinger, formidlingsteorier og strategier, verbale, som non verbale virkemidler samt kulturforskelle
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og – former

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne analysere en organisations struktur, processer, kultur, ledelse, ud fra relevante teoretiske og praktiske organisationsprincipper
- Analysere styrker, svagheder og konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- Kunne analysere virksomhedens supply chain, samt identificere centrale styrker og svagheder ud fra de væsentlige teoretiske og praktiske begreber indenfor SCM
- Kunne vurdere, foreslå og formidle forslag til strategier, projekter og indsats i organisation, ledelse og logistik
- Anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- Analysere innovationstyper og modeller i praksis
- Anvende engelsk, skriftligt, men primært mundtligt, under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster og forretningsmæssige sammenhænge, samt kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen og arbejde kreativt med personlig kommunikation

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne udarbejde forslag til og deltage i implementeringen af løsninger til ny organisationsstruktur, ledelse og motivationsfaktorer samt optimeret supply chain
- at kunne inddrage og anvende væsentlige teorier og praktiske erfaringer fra organisatoriske og logistiske sammenhænge i analyser, vurderinger og handlingsforslag
- at planlægge og styre forskellige typer af projekter
- at kunne håndtere innovationsmodeller og redskaber til praktisk ide udvikling og innovation som konkurrenceparameter
- at præsentere modtagerorienterede produkter, projekter, ideer, forslag og tanker med gennemslagskraft og selvstændighed, både på engelsk og dansk
- at kunne deltage i og håndtere salgets organisering og ledelse

3.4. Erhvervsret (10 ECTS)

Indhold

- Retskilder og retsvæsenet
- Aftaleret, herunder forsikringsretlige aspekter heraf
- Ansættelsesret
- Insolvensret
- Pant og kaution

- Erstatningsret
- International Privatret
- Køberet
- Konkurrence- og markedsføringsret

Den studerende skal have viden om

- Det juridiske system, dvs. danske og internationale retskilder, domstolssystemet og EU's institutioner
- Mere specielle aspekter af aftaleindgåelse, dvs. ugyldighed, afgivelse af forsikringsoplysninger og fortrydelsesret
- De overordnede ferieregler
- Akkordreglerne
- Mere specielle regler om sikkerhedsstillelse, dvs. kaution, pant i bilbogsaktiver, flydende pant og sikkerhed i fordringer, herunder efter gældsbrevlovens regler
- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Grundlæggende internationalt privatretlige regler
- Grundlæggende immaterialretlige regler
- Konkurrencelovens regler om konkurrenceforvridning og misbrug af dominerende stilling

Den studerende skal have færdigheder i at

vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder produktansvar
- E-handel
- Aftaleret, herunder international aftaleindgåelse og fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, navnlig funktionærret
- Insolvensret
- Ejendomsforbehold
- Køb og finansiering af, samt tinglysning af rettigheder over fast ejendom

Den studerende skal opnå kompetencer til

at håndtere udviklingsorienterede situationer inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder brug af INCOTERMS 2000

4. Uddannelsens obligatoriske uddannelseselementer:

Uddannelsen består af obligatoriske uddannelseselementer, der har et samlet omfang på 95 ECTS-point, valgfri uddannelseselementer, der har et omfang på 10 ECTS-point samt et afsluttende eksamensprojekt på 15 ECTS-point. Fordelingen er således:

<p>1. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS)</p>	<p>2. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (5 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) Erhvervsret (5 ECTS) Valgfri uddannelseselement (5 ECTS)</p>
<p>3. semester: Obligatoriske uddannelseselementer: International markedsføring og salg (10 ECTS) Økonomi (10 ECTS) Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS) Valgfri uddannelseselement (5 ECTS)</p>	<p>4. semester: Obligatorisk praktik (15 ECTS) Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)</p>

4.1 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 1. semester

4.1.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Indhold:

- Strategisk analyse af virksomheden og omverdenen
- Grundlæggende statistik

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- marketing koncepter og marketingbegreber, både på dansk og engelsk.
- og kunne forstå relevante teorier og modeller om virksomhedens interne og eksterne situation

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende virksomhedens strategiske platform herunder mission, mål, og strategier.
- Kunne vurdere virksomhedens produkt-/markedsporteføljer, kompetencer og ressourcer.
- Identificere virksomhedens stakeholders og kunne vurdere virksomhedens kunderelationer og kundernes købsadfærd.
- Identificere og analysere virksomhedens mikro og makro omverden.
- Formidle virksomhedens stærke og svage sider og trusler og muligheder til samarbejdspartnere og brugere.
- Behandle en konkret markedsanalyse ved brug af statistiske værktøjer.
- Benytte IT redskaber i forbindelse med studiet (IMS)
- Udarbejde hypotesetests og konfidensintervaller
- Udarbejde test for goodness of fit

- Udarbejde test antalstabeller

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Deltage i et tværfagligt samarbejde med henblik på at kunne analysere og vurdere en konkret virksomheds strategiske situation
- Bidrage til en vurdering af virksomhedens grundlag for at igangsætte internationale aktiviteter
- Vurdere selvstændigt en statistisk bearbejdet markedsanalyse.

4.1.2 Økonomi (5 ECTS)

Indhold:

- Grundlag for virksomheders overskud og ressourceudnyttelse inkl. Break-even analyser
- Vurdering af omkostninger på baggrund af aktiviteter
- Virksomhedsanalyse
- Markedsforhold, nytte og efterspørgsel
- Prisdannelsen på varemarkedet under forskellige konkurrenceformer

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Virksomheders markeds- og omkostningsforhold
- Virksomhedens omkostningsforløb herunder faste omkostninger og variable omkostninger samt omkostningsdriverbegrebet
- Virksomhedens handlingsparametre som grundlag for indtægter
- Virksomheders økonomiske styringsområder herunder målsætning og opgaver
- Grundlæggende regnskabsprincipper og -lovgivning
- Virksomheders økonomiske informationssystemer og kunne tolke informationer herfra.
- Virksomhedens pengestrømme
- Virksomheders supplerende rapporteringsformer herunder Balanced Scorecard og miljøregnskaber
- Prisdannelse på konsument- og producentmarkedet herunder producent- og forbrugeroverskud.
- Pris- og indkomstelasticiteters betydning
- Forskellige markedsformer og deres indflydelse på effektiviteten
- eksterne virkninger og forskellige markedsindgreb

Den studerende skal have færdigheder i at

- vurdere forskellige omkostningstyper og deres karakteristika
- analysere dækningsbidrag med henblik på break-even analyser og økonomisk styring

- analysere og vurdere et virksomhedsregnskab med hensyn til rentabilitet, indtjeningsevne, kapitaltilpasning, soliditet, likviditet og pengestrøm samt aktierelaterede nøgletal
- kunne formidle økonomiinformation og angive årsager til udviklingstendenser til interessenter
- analysere omkostningsbegreber, nytteværdi og efterspørgsel
- analysere prisdannelsen under forskellige markedsformer
- analysere virkningerne af indgreb i prisdannelsen
- anvende forbruger- og producentoverskud til analyse af den samfundsmæssige effektivitet.

Den studerende skal opnå kompetencer til

- at kunne vurdere hvad der påvirker en virksomheds omkostninger og indtjening
- at kunne påpege hvor i værdikæden der kan være basis for omkostningsbesparelse
- i en struktureret sammenhæng, at kunne analysere en virksomheds økonomiske udvikling med henblik på handlemuligheder
- at placere en given branche under en markedsform samt kunne vurdere konsekvenserne heraf
- at inddrage pris- og indkomstelasticiteter i den samfundsøkonomiske analyse

4.1.3 Kommunikation, organisation og ledelse (10 ECTS)

Indhold:

- Analyse og vurdering af virksomheders struktur, processer og aktører
- Virksomhedens centrale værdier, ledelsesformer og motivationsfaktorer
- Analyse og vurdering af forsyningskæders opbygning
- Kommunikationsformer og strategier
- Anvendelse af det engelske sprog i forskellige forretningsmæssige sammenhænge

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Begreber, teorier og modeller vedrørende organisationsstruktur, styringsprocesser, samarbejde, ledelse, individ og motivation
- Relevante eksempler fra praksis indenfor fagområdet
- Kommunikationsmodeller og teorier
- Forsyningskædens elementer og sammenhængen imellem dem
- Strategiske muligheder, værdiskabelse og kernekompetencer indenfor Supply Chain Management
- Interne og eksterne kommunikationsproblemstillinger
- Formidlingsteorier og strategier, herunder verbale og non verbale virkemidler
- Forskellige forretningsrelevante skriftlige kommunikationsprodukter og former
- Mødestrategier

- Grundreglerne indenfor problemorienteret projektarbejde (KOL)

Den studerende skal have færdigheder i at

- kunne analysere en organisations opbygning, struktur, ledelsesniveauer, ledelsesformer, processer og kultur og betydningen heraf for virksomhedens strategi
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer indenfor organisationsformer, ledelse, motivation
- Kunne analysere forsyningskæder samt identificere deres centrale styrker og svagheder
- kunne anvende det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng både skriftligt og mundtligt
- anvende relevante IT redskaber til kommunikation, herunder kunne arbejde kreativt med personlig kommunikation
- kunne udvikle budskaber målrettet målgruppen, herunder æstetiske udtryk
- Sætte sig ind i akademisk materiale (KOL)
- Anvende metoder til udviklingen af personligheden (KOL)

Den studerende skal opnå kompetence til

- at kunne opstille relevante handlingsmuligheder og løsninger til ny organisationsstruktur, motivations- og ledelsesformer i virksomheden
- Kunne analysere virksomhedens logistiske struktur og delelementer, værdiskabelsen gennem forsyningskæden og identifikation af kernekompetencer
- Vurdere praktiske logistiske problemstillinger og opstille relevante løsningsforslag til fremme af logistisk effektivitet og agilitet
- at kunne deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde på engelsk
- at kunne præsentere budskaber med personlig gennemslagskraft og selvstændighed på både dansk og engelsk
- at kunne tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet
- At præsentere materiale skriftlig og mundtligt (KOL)

4.1.4 Erhvervsret (5 ECTS)

Indhold:

- Retskilder samt domstolssystemet
- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse generelt og indgåelse af forsikringsaftaler
 - Fuldmagt
 - Ugyldighed
 - Forbrugeraftaler
- Virksomhedens retlige forhold, herunder
 - Virksomhedsformer
 - Ansættelsesret, herunder ferie

- Insolvensret, herunder virksomhedssammenbrud
- **Kreditsikring, herunder**
 - Kautio
 - Ejendomsforbehold
 - Pant i løsøre, fordringer og fast ejendom

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Retskilderne
- Domstolssystemet
- Konsekvenserne af afgivelse af urigtige oplysninger ved forsikringsaftalens indgåelse, samt reglerne om forsætlig og uagtsom fremkaldelse af forsikringsbegivenheden
- Ugyldighed og fortrydelsesret
- Ferielovens regler om optjening og afholdelse af ferie
- Tvangsakkord og frivillig akkord
- Kautio
- Pant i løsøre herunder motorkøretøjer og flydende pant samt sikringsakter
- Mulighederne for at få sikkerhed i fordringer, herunder gældsbrevslovens regler om sikringsakter.

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Aftaleret, herunder
 - Aftaleindgåelse, herunder internationale købsaftaler
 - Fuldmagtsforhold
- Hæftelsesforhold ved forskellige virksomhedsformer
- Ansættelsesret, herunder funktionærlovens regler om opsigelsesvarsler, bortvisning og godtgørelse
- Individual- og universalforfølgning, herunder
 - Trangsbeneficiet
 - Betalingsstandsning
 - Konkurs, herunder navnlig insolvenskravet, omstødelse og konkursordenen
- Kreditaftalelovens regler om ejendomsforbehold
- Finansiering ved køb/pantsætning af fast ejendom, herunder tinglysningslovens regler om
 - Prioritetsordenen
 - Sikringsakter
 - Gyldighedsvirkningen
 - Ejendomsbestanddele og tilbehørspant

4.2 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 2. Semester

4.2.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Indhold:

- Markedsanalyse
- Vækststrategier
- Internationalisering
- Segmentering, målgruppevalg og positionering

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Og forståelse for og kunne reflektere over forskellige markedsanalysemetoder
- Og forståelse for segmenteringskriterier/variable, differentieringsmuligheder og positioneringsstrategier
- Og forståelse for forskellige vækststrategier
- Og forståelse for internationaliseringsteorier, modeller og strategier
- Dansk og engelsk terminologi vedrørende semestrets emner
- De grundlæggende teorier om gruppedannelse og teamarbejde (IMS)

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende forskellige markedsanalyse-metoder med henblik på at indsamle og bearbejde informationer
- Anvende statistiske færdigheder til vurdering af markedsanalysens validitet og reliabilitet
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens valg af målgrupper og positioneringsstrategi.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens vækst.
- Opstille løsningsmuligheder for virksomhedens internationalisering, herunder markedsscreening, markedsvalg og indtrængningsstrategier på internationale markeder
- Forstå sin egen rolle i forhold til gruppearbejde (IMS)

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Håndtere gennemførelsen af markedsanalyser for virksomheden
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens marketingstrategi
- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i udviklingen af virksomhedens internationalisering
- At arbejde i teams/grupper (IMS)

4.2.2 Økonomi (5 ETCS)

Indhold:

- Grundlæggende investeringsteori
- Grundlæggende finansiering og valgkriterier mellem finansieringsformer
- Handelsteori og handelspolitiske indgreb
- Beskrivende økonomi

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Metoder til opstilling af kapitalbehov og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler
- Metoder til vurdering af forskellige i investeringsforslag og lønsomhed ved hjælp af kapitalværdi, annuitetsmetode samt tilbagebetalingstid og intern rente
- Kilder til fremskaffelse af fremmedkapital og egenkapital
- Kriterier for valg af finansieringsform
- Klassiske og nyere handelsteorier
- Udviklingen i den internationale handel og kendskab til de vigtigste internationale organisationer

Den studerende skal have færdigheder i at

- Vurdere forudsætninger for og foretage beregninger som grundlag for investeringsbeslutninger
- Sammenligne forskellige finansieringsformer
- Beskrive og analysere behov for finansiering af omsætnings- og anlægsaktiver
- Vurdere forhold omkring valg af finansiering via egenkapital eller fremmedkapital
- Beskrive og analysere befolkningsudviklingen og dennes betydning for samfundet og de markedsføringsmæssige konsekvenser
- Beskrive og analysere de væsentligste nationaløkonomiske nøgletal med henblik på markedsvurdering
- Analysere virkningerne af handelspolitiske indgreb
- Vurdere fordele og ulemper ved globaliseringen

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At foretage en beregning af en investerings lønsomhed og kunne redegøre for valg af finansieringsform

4.2.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)

Indhold:

- Ledelse af forsyningskæden

- Innovation
- Kulturanalyse
- Virksomhedskultur
- Anvendelse af det engelske sprog i forretningsmæssig sammenhæng i forskellige kulturelle kontekster

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- De logistiske delelementer og aktiviteter, eks. distribution, lager, produktion, indkøb og informationssystemer, i virksomhedens supply chain
- Innovationsmodeller og begreber samt innovative processer i praksis kulturteorier og – modeller, analyse af nationale kulturer
- Kulturforskelle, nationalt og internationalt samt dansk kulturs muligheder og begrænsninger i internationalt samarbejde
- Begreber som kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd, kultur som konkurrenceparameter
- Begreber og teorier vedrørende virksomhedskultur
- Aktuelle organisatoriske og kulturelle problemstillinger og aktører
- Evnen til at skabe konstruktive relationer til andre (KOL)

Den studerende skal have færdigheder i at

- Kunne inddrage praktiske erfaringer i supply chain management og analysere og vurdere problemstillinger, som f.eks. valg af produktionsprincip, indkøbspolitik, leverandørrelationer osv.
- Identificere og vurdere kulturelle symboler og deres konsekvenser i praksis
- Forstå kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhæng
- at kunne analysere og vurdere betydningen af organisationens struktur, processer og medarbejderhåndtering for virksomhedens mål, strategi og positionering
- at kunne definere, analysere og vurdere virksomhedskultur og betydningen for virksomhedens strategi og konkurrenceevne
- kunne finde og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer indenfor organisationsformer, ledelse, motivation og virksomhedskultur
- Anvende engelsk skriftligt og mundtligt under hensyntagen til forskellige kulturelle kontekster
- Anvende innovationsmodeller og definere innovationstyper i praksis
- Arbejde sammen på tværs af kulturer (KOL)

Den studerende skal opnå kompetence til

- At kunne opstille relevante handlingsmuligheder/nye forslag og vurdere konsekvenserne heraf for virksomhedens supply chain
- At kunne foreslå, forstå og vurdere konsekvenserne af ændringer i virksomhedens forskellige logistiske delsystemer og betydningen for logistisk effektivitet og konkurrenceevne

- At tilegne sig færdigheder og ny viden i relation til fagområdet og kunne inddrage dem i logistiske problemstillinger
- Anvende innovationsmodeller og redskaber til praktisk ide udvikling, identifikation af innovationstyper og vurdere innovation som konkurrenceparameter
- At producere modtagerorienterede budskaber på engelsk, såvel skriftlige som mundtlige

4.2.4 Erhvervsret (5 ECTS)

Indhold:

- Erstatning uden for kontrakt, herunder
 - Erstatningsbetingelserne
 - Arbejdsgiveransvar
 - Produktansvar
- Dansk og international køberet, herunder international privatret
- Virksomhedens retlige markedsrelationer, herunder
 - Markedsføringsret
 - E-handelsret
 - Immaterialret
 - Konkurrenceret

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Det i retspraksis udviklede produktansvar
- Lovvalg og værneting i internationale konflikter
- Konkurrencelovens regler om forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling
- Designret, ophavsret, patentret og varemærkeret

Den studerende skal have færdigheder i at

Vurdere erhvervsjuridiske problemstillinger i relation til

- Erstatning, herunder
 - Erstatningsbetingelserne
 - Arbejdsgiveransvar
 - Produktansvar omfattet af produktansvarsloven
- E-handel

Den studerende skal opnå kompetence til

At håndtere udviklingsorienterede situationer nationalt og internationalt inden for de juridiske aspekter af

- Markedsføring
- Danske og internationale salg, herunder

- Risikoovergang
- Levering
- Misligholdelse
- Misligholdelse i danske forbrugerkøb
- Incoterms 2000

4.3 Læringsmål og indhold for de obligatoriske uddannelseselementer på 3. Semester

4.3.1 International markedsføring og salg (10 ECTS)

Undervisningen vil foregå på engelsk.

Indhold:

- Markedsføringsstrategi
- Salg og forhandlingsteknik

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Designbriefets struktur og indhold
- Og kunne reflektere over handlingsparametrene på hjemmemarkedet såvel som internationale markeder
- Og forståelse for markedsføringsplanens indhold og anvendelse
- Marketing- og salgsbudgetter
- Og forståelse for forskellige salgsstrategier
- Forskellige forhandlingsteorier og modeller
- Betydningen af internationale kompetencer

Den studerende skal have færdigheder i at

- Anvende et designbrief til samarbejde med designere om virksomhedens produktudvikling
- Opstille praksisnære løsningsmuligheder for virksomhedens udvikling af handlingsparametrene på strategisk, taktisk og operationelt niveau på hjemmemarkedet såvel som på internationale markeder
- Anvende budgettering til vurdering af de økonomiske konsekvenser af løsningsmulighederne
- Opstille og formidle markedsføringsplanen til samarbejdspartnere og brugere
- Vurdere forskellige strategimuligheder i forbindelse med det gennemførende salg fra emneudvælgelse til det afsluttende salg og opfølgning
- Anvende forskellige forhandlingsteorier og modeller til at kunne gennemføre en konkret forhandling på engelsk

- Gennemføre uddannelseselementer på engelsk (IMS)

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Håndtere markedsførings- og salgsplanlægning for virksomheden
- deltage i organiseringen, implementeringen og opfølgningen på markedsførings- og salgstiltag
- forhandle med faglig, personlig og sproglig gennemslagskraft
- kunne arbejde i internationale teams/grupper

4.3.2 Økonomi (10 ECTS)

Indhold:

- Grundlæggende prisoptimering
- Budgettering og budgetmodeller
- Indkomstdannelsesmodeller
- Konjunkturteori
- Arbejdsløshed og inflation
- Penge- og valutamarked
- Økonomisk politik
- Løndannelsen

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Grundlæggende parameteroptimering for et produkt på et marked
- Budgettets betydning for styringen af en virksomhed og økonomien i et projekt
- Grundlæggende budgetkontrol
- Arbejdsmarkedet og grundlaget for udbud og efterspørgsel efter arbejdskraft
- Det økonomiske kredsløb og de samfundsøkonomiske sammenhænge
- Forskellige former for økonomisk politik
- Forskellige arbejdsløsheds- og inflationsårsager.
- Rente- og valutakursdannelsen
- Det monetære samarbejde indenfor EU
- Forskellige økonomiske teoriers opfattelse af konjunktursvingninger.

Den studerende skal have færdigheder i at

- Vurdere den økonomiske konsekvens af forskellig parameterindsats
Udarbejde resultatbudget og likviditetsbudget over flere perioder for en virksomhed og et projekt
- Redegøre for konsekvenser i resultat- og likviditetsbudgettet ved ændringer i budgetforudsætninger
- Udarbejde et balancebudget

- Foretage en simpel prisoptimering på baggrund af kendte markeds- og omkostningsforventninger
- Analysere løndannelsen på arbejdsmarkedet
- Anvende indkomstdannelsesmodeller til analyse af samfundsøkonomiske sammenhænge og konjunktursvingninger
- Analysere og vurdere sammenhængen mellem arbejdsløshed og inflation
- Analysere og vurdere årsager til rente- og valutakursændringer
- Analysere virkninger af forskellige økonomisk-politiske indgreb

Den studerende skal opnå kompetencer til

- At udarbejde budgetter som et led i virksomhedens økonomiske styring samt at kunne gennemføre af budgetkontrol
- At inddrage de samfundsøkonomiske vilkår i relation til markedsanalyse og vurdering
- At benytte samfundsøkonomiske analyser og prognoser i sit professionelle arbejde
- At vurdere samfundsøkonomiske sammenhænge og inddrage relevante løsningsmuligheder.

4.3.3 Kommunikation, organisation og ledelse (5 ECTS)

Indhold:

- Projektstyring og projektledelse
- Salgsorganisering og ledelse
- Organisationsudvikling

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- begreber og metoder og IT værktøjer til planlægning og styring af projekter
- teorier om organisationsudvikling og metoder til implementering af organisatoriske udviklingsprojekter
- metoder og teorier indenfor salgsorganisering og -ledelse

Den studerende skal have færdigheder i at

- kunne anvende relevante IT værktøjer til projektledelse
- vurdere konsekvenser af salgets organisering og ledelse
- kunne etablere kontakt til relevante samarbejdsparter i forskellige projekter
- kunne inddrage og vurdere værdien af vigtige aktørers erfaringer, i f.eks. organisationsudvikling og projektledelse
- formidle ideer, forslag og projekter i organisation, organisationsudvikling og salgsledelse

Den studerende skal opnå kompetence til

- at planlægge, styre og deltage i/gennemføre forskellige typer af projekter, såsom praktiske events og udviklingsorienterede projekter

- at kunne vurdere organisationens udviklingsforløb og retning samt betydningen af organisatorisk udvikling
- at kunne analysere og vurdere konsekvenserne af forskellige tiltag og ændringer af salgets organisering og ledelse
- at etablere, deltage i og udvikle faglige, sociale og professionelle netværk
- at tilegne sig og anvende færdigheder og ny viden i relation til fagområdet

4.4 Læringsmål og indhold for de valgfri uddannelseselementer

De valgfri elementer ligger på 2. og 3. Semester, og de udgør en mulighed for, at de studerende kan tone deres uddannelse i forhold til deres interesser og fremtidige karriereveje. De valgfrie uddannelseselementer består af 2 fag, der udbydes fælles på alle udbudssteder og beskrives i studieordningens fællesdel samt øvrige valgfri uddannelseselementer, der udvikles og udbydes af de enkelte akademier og beskrives i studieordningens institutionsdel.

4.4.1 Statistik - 2. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Sandsynlighedsregning
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om:

- Beskrivende statistik og sandsynlighedsregning.
- Stokastiske variable og sandsynlighedsfordelinger.
- Skalering.
- Regressionsanalyse
- Variansanalyse

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Beregne og fortolke forskellige mål for central tendens og variation.
- Foretage sandsynlighedsberegninger for stokastiske variable/sandsynlighedsfordelinger
- Opstille, gennemføre og analysere en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable, herunder Dummy variable

Den studerende opnår kompetence til:

- Selvstændigt at kunne fortolke en regressionsmodel med én eller flere forklarende variable for en konkret med markeds- og salgsmæssig problemstilling.

- At kunne vurdere konkrete sandsynligheds beregninger i forbindelse med markeds- og salgsmæssige problemstillinger.
- At kunne vurdere beskrivende statistik over markeds- og salgsmæssige problemstillinger

4.4.2 Driftsøkonomi - 3. semester (5 ECTS)

Indhold:

- Grundlag for og udvidet forståelse af omkostningsstrukturer, omkostningskalkuler og valg mellem forskellige alternativer herunder alternativomkostninger
- Grundlag for og udvidet forståelse af den markedsføringsmæssige betydning af prisdannelsen ud fra afsætnings- og omkostningsmæssige forhold på forskellige markedsformer
- Grundlag for og udvidet forståelse af investeringsbeslutninger med tilhørende følsomhedsanalyser/break-even analyser før og efter skat.
- Grundlag for og udvidet forståelse af finansieringsformer og –typer inkl. leasing og kriterier for sammenligning og valg både før og efter skat.

Mål for læringsudbyttet:

Den studerende skal have viden om

- Sammenhænge mellem indsats af produktionsfaktorer og produktion af varer og ydelser
- Forskellige markedsformers indflydelse på parameterindsats
- De klassiske omkostningsfordelingssystemer samt aktivitets-baseret - omkostningssystemer (ABC-costing)
- Opstilling af almindelige omkostnings- og lønsomhedskalkuler på kort og lang sigt
- Investeringer ifm. valg mellem flere investeringsmuligheder i en før og efter skat betragtning
- Økonomisk optimal levetid og – udskiftningstidspunkt ifm. investeringer
- Opstilling af investeringskalkuler, som grundlag for valg af handlingsalternativer med en længere tidshorisont.
- Finansieringsformers betydning for valg af løsningsforslag.

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Kunne anvende centrale omkostningsbegreber, der har relation til beslutningstagning.
- Kunne optimere parameterindsatsen ud fra omkostnings- og afsætningsforhold
- Kunne optimere ved afsætning dels på et marked med prisfølsomhed og et ekstra marked med konstant salgspris og et marked med prisfølsomhed
- Kunne gennemføre følsomhedsanalyser ifm. investeringsovervejelser
- Kunne foretage kapitalbehovsberegninger og betalingsstrømme som grundlag for opstilling af investeringskalkuler både for anlægs- og omsætningsaktiver.

- Kunne foretage beregninger af forskellige lån og kreditters effektive renter, før og efter skat.
- Kunne begrunde valg af finansieringsform herunder egenkapital og fremmedkapital anvendelse i forbindelse med investeringer i anlægs- og omsætningsaktiver.
- Kunne præsentere og formidle økonomiske løsningsmuligheder

Den studerende skal opnå kompetencer til:

- Selvstændigt at kunne vurdere økonomiske konsekvenser af planlagte markedsføringsaktiviteter.
- Selvstændigt at identificere og analysere investerings- og finansieringsmuligheder kvalitativt og økonomisk i forhold til konkrete planlægningsopgaver.

5. Praktik (15 ECTS)

Formålet med praktikken for den toårige uddannelse er at give den studerende mulighed for at kvalificere studie- og erhvervskompetencen gennem specialisering og perspektivering af emner, der bredt relaterer sig til uddannelsens formål.

Praktikken er placeret på 4. Semester af uddannelsen, og det forbinder undervisningen på fællesdelen med det selvstændige afsluttende eksamensprojekt og er derfor præget af individuelle valg og mere selvstændig studieaktivitet. Praktikken udgør 15 ECTS.

Mål for læringsudbyttet

Viden

- Skal have viden om fagområdet anvendte teori og metode samt om praksis
- Skal kunne forstå begreber og metoder samt reflektere over anvendelse af begreber og metoder inden for den valgte problemstilling

Færdigheder

- Skal kunne anvende et alsidigt sæt tekniske, kreative og analytiske færdigheder, der knytter sig til beskæftigelse inden for erhvervet
- Skal kunne vurdere praksisnære problemstillinger og opstille løsningsmuligheder
- Skal kunne formidle praksisnære problemstillinger og løsningsforslag

Kompetencer

- Skal i en struktureret sammenhæng kunne tilegne sig færdigheder og ny viden, i relation til erhvervet.

6. Prøver

Uddannelsens læringsudbytte dokumenteres undervejs ved prøver, der kan bestå i mundtlige og skriftlige eksaminer, bedømmelse af opgaver og projekter, deltagelse i seminarer, øvelsesrækker m.v.

Prøverne er enten eksterne eller interne. Ved de eksterne prøver medvirker en censor beskikket af undervisningsministeriet. Ved de interne prøver foretages bedømmelsen af en eller flere lærere, udpeget af uddannelsesinstitutionen. Af eksamensbestemmelserne for de enkelte prøver fremgår, hvorvidt prøven er intern eller ekstern, og hvem der medvirker ved bedømmelsen.

Deltagelse i prøverne på studiet kan forudsætte, at den studerende har fået godkendt en eller flere obligatoriske opgaver/aktiviteter i de enkelte fag og projekter.

6.1. Oversigt over prøver og eksaminer

Uddannelsen omfatter følgende prøver fordelt på semestre.

Eksamensprøver	1. semester	2. semester	3. semester	4. semester
Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret. (1. interne prøve)	Januar Skriftlig			
Tværfaglig projektexamen i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret. (1. eksterne eksamen)		Juni Mundtlig projektexamen		
Prøve i valgfag (2. interne eksamen)		Juni Skr. eller mdt.		
International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)			Dec./Jan. Mundtlig	
Økonomi (3. eksterne eksamen)			Dec./Jan. Skriftlig	
Kommunikation, organisation og logistik (3. interne eksamen)			Dec./Jan. Mundtlig baseret på projekter	
Prøve i valgfag (4. interne eksamen)			Dec./Jan. Skr./ mdt.	
Prøve i praktikforløb (5. interne eksamen)				Forår Skr./mdt.
Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)				Juni Skriftlig og mundtlig

Samtlige prøver skal bestås.

6.2. Obligatoriske prøver og eksaminer

Flerfaglig prøve i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret (1. interne prøve)

Ved udgangen af første semester afholdes en 3 timers intern prøve i hvert af nedennævnte fag.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen og gennemsnittet af karaktererne skal være minimum 02. Fagene vægtes ligeligt. Der gives en karakter for 1. semester, som påføres eksamensbeviset.

Er det opnåede karaktergennemsnit 02 eller mere, kan ingen prøve tages om. Er gennemsnittet under 02, kan kun ikke-beståede prøver tages om.

Problemstillingerne ligger indenfor læringsmålene for 1. semester i fagene:

- International markedsføring og salg
- Økonomi
- Kommunikation, organisation og ledelse.
- Erhvervsret

Tværfaglig projekteksamen i International markedsføring og salg, Økonomi, Kommunikation, organisation og logistik samt Erhvervsret (1. eksterne eksamen)

Prøven afholdes ved udgangen af 2. semester og har form som en individuel mundtlig eksamen med udgangspunkt i et gruppeprojekt udarbejdet og afleveret inden eksamen.

Projektet er tværfagligt og skal indeholde problemstillinger indenfor fagene "International markedsføring og salg", Økonomi, "Kommunikation, organisation og ledelse" samt Erhvervsret.

Projektet udarbejdes i grupper på 3-5 personer. Eksaminationstiden er 30 minutter. Karakteren gives på baggrund af den mundtlige præstation ved eksamen. Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, som påføres eksamensbeviset.

Prøven ligger indenfor læringsmålene for 2. semester i fagene International markedsføring og salg, økonomi, Kommunikation, organisation og ledelse samt Erhvervsret.

International markedsføring og salg (2. eksterne eksamen)

Der afholdes en 30 minutters mundtlig prøve ved udgangen i af 3. semester. Eksamen foregår på engelsk.

Den studerende har en forberedelsestid på 60 minutter.

Prøven ligger indenfor læringsmålene for 3. semester i International markedsføring og salg.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.

Økonomi (3. eksterne eksamen)

Der afholdes en 4 timers skriftlig eksamen i faget Økonomi ved udgangen af 3. semester.

Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Økonomi.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen, og karakteren påføres eksamensbeviset.

Kommunikation, organisation og logistik (3. interne eksamen)

Prøven afholdes ved udgangen af 3. semester og har form som en mundtlig prøve af 20 minutters varighed.

Prøven tager udgangspunkt i 2 opgaver, der er afleveret i 3. semester i faget "Kommunikation, organisation og ledelse".

Prøven ligger indenfor læringsmålene i 3. semester for Kommunikation, organisation og ledelse, dvs. med vægt på projektledelse og organisationsudvikling. Karakteren gives på baggrund af den mundtlige præsentation ved den mundtlige eksamen.

Der gives en karakter efter 7-trins skalaen. Denne karakter påføres eksamensbeviset.

Prøve i praktikforløb (5. interne eksamen)

Forløbet afprøves skriftligt eller mundtligt. Prøven vurderes til bestået/ikke bestået.

Prøve baseret på afsluttende eksamensprojekt (4. eksterne eksamen)

Med udgangspunkt i den skriftlige rapport eksamineres den studerende ved en individuel mundtlig eksamen af 45 minutters varighed, inkl. votering. Evalueringen sker efter 7-trins-skalaen.

Der gives én samlet karakter efter 7-trins-skalaen for projektet på baggrund af en samlet vurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Ved karakterafgivelse vægter den skriftlige del af hovedprojektet 2/3 og det mundtlige forsvar 1/3, når den endelige karakter for projektet beregnes. Der oplyses ikke delkarakterer.

Når et gruppefremstillet produkt indgår i bedømmelsesgrundlaget ved den mundtlig prøve, skal det fremgå, hvilke dele eksaminanden selv har udarbejdet. De dele af produktet, som eksaminanden har udarbejdet, danner grundlag for bedømmelse af den skriftlige del af præstationen.

Såfremt den samlede bedømmelse giver en karakter mindre end 02, skal den studerende udarbejde et nyt projekt for igen at indstille sig til afsluttende eksamensprojekt.

6.3. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne eksamen): STATISTIK

Prøven i det ene valgfag afholdes ved udgangen af 2. semester. Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

Statistik: 3 timers skriftlig prøve.

Prøve i valgfag (4. interne eksamen): DRIFTSØKONOMI

Prøven i det andet valgfag afholdes ved udgangen af 3. semester. Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi: 3 timers skriftlig prøve.

Institutionsdel

Uddannelsens institutionsspecifikke del indeholder særlige uddannelseselementer samt beskrivelse af en række lokale rammer for praktik, prøver, deltagelse i undervisningen med videre. Enkelte afsnit kan være udarbejdet i fællesskab af flere institutioner.

7. Eksamen

7.1 Indstilling til eksamen

For at kunne indstille sig til eksamen er det en forudsætning, at alle eksamener på det foregående semester er bestået. Det betyder, at for at kunne indstille sig til eksamener på 2. semester skal man have bestået alle eksamener på 1. semester, ligesom man, for at kunne indstille sig til eksamen på 3. semester skal have bestået alle eksamener på 1. og 2. semester. Endelig skal alle eksamener på uddannelsens 1., 2. og 3. semester, samt prøve i praktikforløb været bestået, for at kunne indstille sig til prøve i afsluttende eksamensprojekt.

7.2 Eksamensforsøg

Den studerende kan 3 gange indstille sig til samme prøve, hvis den ikke er bestået. Uddannelsesinstitutionen kan tillade yderligere prøvegange, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. Manglende studieegnethed er ikke usædvanlige forhold.

7.3 Afholdelse

En studerende kan, når særlige forhold begrundet dette, få tilladelse til at aflægge en prøve i udlandet på en dansk repræsentation (ambassade, konsulat) eller uddannelsesinstitution, når vedkommende repræsentation er indforstået hermed. Eventuelle omkostninger kan forlanges dækket af den studerende.

8. Valgfri uddannelseselementer

8.1 Vejledning om valg af valgfag

For at sikre at alle studerende vælger det valgfag, som har den enkelte studerendes interesser og ønsker om fremtidig karriereforløb er der forskellige muligheder for vejledning om valg af valgfag.

Alle 1. års studerende har mulighed for at høre nærmere detaljer om valgfaget. Tidspunkt for information om valgfagsmuligheder fremgår af aktivitetsoversigten for 1. semester. Heri vil der også fremgå fristen for hvornår valget skal være truffet.

I forbindelse med vejledning om valg af valgfag, vil der også være information om jobmuligheder samt muligheder for at læse videre og tage en bachelor afhængigt af de enkelte valgfag.

Udbudte valgfrie uddannelseselementer

2. semester:

- Statistik
- Intern Kommunikation

3. semester:

- Driftsøkonomi
- Kommunikation

Valgfaget startet på 2. semester og er studerende i tvivl om de har valgt det rigtige valgfag, er der altid mulighed for at tale med den uddannelsesansvarlige om netop denne problematik.

8.2 Intern Kommunikation, Valgfag 2. semester (5 ECTS)

Målet med undervisningen i intern kommunikation (corporate communication) er at forberede den studerende til mødet med den interne kommunikation i en virksomhed. Den studerende skal på baggrund af solid forståelse af virksomheden bl.a. på baggrund af analyse af vision, mission og værdier kunne udarbejde overordnede kommunikationsstrategier og på det praktiske niveau udarbejde kommunikationsplaner for en given virksomhed.

Den studerende skal lære at udnytte de klassiske kommunikationskanaler fx medarbejderblade, memoer, telefon, opslagstavler mv. såvel som de moderne kommunikationskanaler fx blogs, åbne debatfora, intranet, mails mv. Undervisningen vil på dette semester primært fokusere på den skriftlige kommunikation, derfor er undervisning i in-design en del af faget. Målet med undervisningen er endvidere at den studerende kan gøre brug af retoriske virkemidler og kender til journalistik tekstproduktion.

Indhold

Mål for læringsudbyttet

Den studerende skal have viden om:

- Forskellen mellem den interne og eksterne kommunikation
- Corporate branding og -identity
- Kommunikationsstrategier og -planer
- Afsender- /modtagerforhold i relation til den interne kommunikation
- Kommunikationsmodeller og -teorier samt paradigmeforståelse
- Journalistisk tekstproduktion
- Retoriske virkemidler og strategier
- Storytelling
- Forandringskommunikation

Den studerende skal have færdigheder i at

- Udarbejde skriftligt materiale fx artikler, nyhedsbreve, interne undersøgelser, årsregnskaber og mails
- Kunne producere tekstmateriale gennem brug af tekstbehandlingsprogrammet in-design
- Udarbejde kommunikationsplaner
- Virksomhedsanalyse og udnyttelse af denne til udarbejdelse af internt kommunikationsmateriale
- Analysere og vurdere de forskellige skriftlige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed i relation til den interne kommunikation

Den studerende skal opnå kompetence til at

- Udarbejde kommunikationsplaner på baggrund af viden en given virksomheds vision, mission og værdisæt
- Udarbejde tekstmateriale, der er tilpasset genre og medie
- Deltage i udarbejdelsen af virksomhedens interne kommunikation

Eksamen består således af:

En skriftlig opgave, hvori en kommunikationsplan for den interne kommunikation udarbejdes på baggrund af en selvvalgt virksomhed. De studerende opfordres til løbende at holde sig ajour i medierne og udvælge interessante problemstillinger, som kunne påvirke en virksomhed og dens interesser internt og hvor behovet for intern kommunikation er nødvendig.

På baggrund af den udarbejdede kommunikationsplan, skal den studerende udarbejde et skriftligt eksempel på en del af løsningen af virksomhedens problemstilling, fx i form af et nyhedsbrev eller en artikel i et medarbejderblad. Den skriftlige opgave udgør eksaminationsgrundlaget.

Den mundtlige eksamen:

Udgangspunktet for den mundtlige eksamen er den skriftlige opgave, hvori de metodiske overvejelser for kommunikationsplan og det skriftlige materiale uddybes og diskuteres.

Den skriftlige opgave kan laves individuelt eller i grupper af to studerende. Den mundtlige eksamen er individuel. Karakteren gives for den individuelle mundtlige præsentation.

Eksaminationstiden er 30 minutter.

Den studerende vurderes ud fra følgende kriterier:

- Den skriftlige opgave: struktur og indhold. Sammenhængen mellem virksomhed, budskabets udformning og målgruppe.
- Anvendelse af fagets teorier og modeller
- De metodiske overvejelser, dvs. begrundelser for valg og fravalg i relation til fremgangsmåde og valg af løsninger (især i den mundtlige præsentation)
- Den samlede præstation bedømmes af underviser og en eventuel intern censor.

8.3 Markedskommunikation (ekstern kommunikation), Valgfag 3. Semester (5 ECTS)

Målet med undervisningen i ekstern kommunikation er at forberede den studerende til arbejdet med en virksomheds eller organisations eksterne kommunikation. Den studerende skal opnå forståelse for sammenhængen mellem en virksomheds/organisations idégrundlag, budskabets udformning og målgruppen samt sætte den studerende i stand til at medvirke i en organisations (profit/nonprofit) kommunikationsproces på strategisk, taktisk og operationelt niveau.

Undervisningen vil dette semester bestå af undervisning i hjemmesideproduktion (dreamweaver), hvorfor semestrets fokus vil ligge på de digitale og elektroniske medier.

Indhold

Mål for læringsudbytte

Den studerende skal have viden om:

- Forskellige kommunikationsteorier som udgangspunkt for markedskommunikationen
- Grundlæggende markedskommunikative genrer (f.eks. reklame, pressemeddelelse, direct mail)
- De forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed
- Semiotik generelt og marketingsemiotik specifikt

Den studerende skal have færdigheder i at:

- Analysere og vurdere de forskellige mediers kommunikative karakteristika og anvendelighed

Den studerende skal opnå kompetence til at:

- planlægge en kommunikationsstrategi, der er afstemt efter virksomhedens idégrundlag, kommunikationens budskab og målgruppen

Eksamen

Den mundtlige eksamen:

Udgangspunktet for den mundtlige eksamen er udarbejdelsen af en skriftlige synopsis, hvori de metodiske overvejelser for kommunikationsstrategi og hjemmeside eller visuelle materiale uddybes og diskuteres.

Synopsen består af en kommunikationsstrategi, der skal laves for en given virksomhed, produkt og marked, og vil typisk indeholde de fleste eller alle elementer fra listen nedenfor:

- En kort karakteristik af case / virksomhed, produkt og marked
- En liste med centrale problemstillinger: kommunikationsopgaver
- Den valgte centrale problemstilling /eller de, hvis flere er valgt
- Redegørelse for mål og målgrupper
- Beskrivelse af løsningsforslag: kommunikationsform, budskaber, medievalg
- Begrundelser for de valgte løsninger, dvs. de metodiske overvejelser

Synopsen kan laves individuelt eller i grupper af to studerende. Den mundtlige eksamen er individuel. Karakteren gives for den individuelle mundtlige præsentation.

Eksaminationstiden er 30 minutter.

Den studerende vurderes ud fra følgende kriterier:

- Synopsis: struktur og indhold. Sammenhængen mellem virksomhed, budskabets udformning og målgruppe.
- Anvendelse af fagets teorier og modeller
- De metodiske overvejelser, dvs. begrundelser for valg og fravalg i relation til fremgangsmåde og valg af løsninger (især i den mundtlige præsentation)
- Den samlede præstation bedømmes af underviser og en eventuel intern censor.

9. Regler for praktikkens gennemførelse

For at sikre det optimale praktikforløb skal den studerende, uddannelsesinstitutionen og virksomheden i samarbejde udarbejde en plan for praktikken. Planen skal være en del af praktikaftalen. Hvis det ikke er muligt at udarbejde en egentlig plan på det tidspunkt, hvor aftalen indgås – skal aftalen indeholde en overordnet ramme for forløbet.

Planen for praktikken godkendes af uddannelsesinstitutionen senest 1 uge efter praktikken er startet.

Der udarbejdes en særlig vejledning til de studerende samt virksomhederne indeholdende rammerne for praktikkens gennemførelse.

Arbejdstid og aflønning

Arbejdstiden aftales individuelt mellem den studerende og virksomheden, men er for en fuldtidspraktik på minimum 30 timer pr. uge. Virksomheden har ingen økonomiske forpligtelser over for praktikanten. Under virksomhedspraktikken er den studerende SU-berettiget.

Praktikkontrakt

Før påbegyndelse af praktikken skal der udarbejdes en praktikkontrakt, der dokumenterer praktikken samt betingelserne herfor. Aftalen skal indeholde formalia samt praktiske detaljer m.m. Der udarbejdes en særlig vejledning til virksomhederne.

Kontrakten skal underskrives af den studerende, af kontaktperson på virksomheden samt praktikvejleder på uddannelsesinstitutionen.

Fortrolighed

Der skal til enhver tid opretholdes fuld diskretion omkring de oplysninger, som den studerende kommer i besiddelse af i forbindelse med praktikken og de relaterede projekter. Denne diskretionspligt varer ved, også efter at projekterne er blevet evalueret. Skriftlige materialer opbevares i uddannelsesinstitutionens arkiver, indtil den endeligt makuleres.

Vejleder / kontaktperson

Såvel virksomheden som uddannelsesinstitution udpeger en kontaktperson/praktikvejleder før praktikkens start. Vejleder fra uddannelsesinstitutionen er vejleder under praktikken, og er den, der ved den interne prøve godkender den skriftlige rapport, der er resultatet af praktikken.

Der afsættes tid til vejledning i praktikperioden. Der udarbejdes en særlig vejledning til de studerende.

Rollefordeling under praktikken

Den studerende

Indgår en kontrakt om praktikforløb i virksomheden, udarbejder handlingsplan for forløbet, aftaler kontakt med praktikvejleder, arbejder med den/de opstillede problemstilling(er), udarbejder praktikrapport samt afrapporterer forløbet i henhold til ovenstående.

Det er den studerende, der i samarbejde med virksomheden og uddannelsesinstitutionen udarbejder selve kontrakten for praktikopholdet. Denne kontrakt skal herefter godkendes af såvel virksomhed som praktikvejleder.

I forbindelse med udarbejdelsen af kontrakten aftales et opstartsmøde mellem praktikvejleder, den studerende og praktikvirksomheden, hvor relevante forhold vendes.

Uddannelsesinstitutionen

Godkender kontrakt for praktikforløb, herunder problemstilling i forhold til kravene til uddannelsen, sørger for at virksomheden og den studerende kan få afklaret evt. tvivlsspørgsmål om forløbet og fastsætter dato for afholdelse af den interne eksamen.

Virksomheden

Indgår en aftale om praktikforløb med den studerende, medvirker ved udarbejdelse af problemstilling(er), sørger for relevant introduktion til virksomheden, stiller videnressourcer til rådighed (kontaktperson), stiller evt. fysiske ressourcer til rådighed samt opstiller evt. krav til afrapportering.

Afprøvning af praktikken

Afprøvningen på skolen sker ved en intern prøve – skriftligt produkt/rapport. Rapporten skal være praksisnær og indeholde en koncentreret beskrivelse af det eller de behandlede emner og problemstillinger i praktikperioden, samt hvordan den studerende praktisk arbejdede med disse i sin praktik.

Prøven bedømmes som "bestået" / "ikke bestået".

Evalueringskriterier:

- Deltagelse i praktikforløbet
- Refleksion i relation til læringsmål

Såfremt det indleverede ikke bedømmes som bestået vil vejlederen rådgive om, hvilke områder, der skal forbedres. Skyldes bedømmelsen manglende refleksion i relation til læringsmål og individuelle målsætninger har den studerende 1 uge til at forbedre materialet, hvorefter det afleveres igen. Den studerende har to forsøg til genaflevering.

Skyldes bedømmelsen manglende deltagelse i praktikforløbet etableres et nyt forløb.

Praktikken er obligatorisk og skal bestås, før den studerende kan indstilles til eksamen i det afsluttende eksamensprojekt.

Der er udarbejdet særlige vejledninger til de studerende samt virksomhederne der uddyber følgende forhold:

- kravene til afrapporteringen
- Praktikperiodens længde

- Erhvervsakademiets ansvar og rammer for vejledning
- Forventninger til studerende
- Forventninger til virksomheden
- Rammer for dialog mellem parterne
- Kontrakt og ansættelsesforhold
- Evaluering

10. Prøver i valgfri uddannelseselementer

Prøve i valgfag (2. interne efter 2. semester)

Der gives en karakter som påføres eksamensbeviset.

Statistik 3 timers skriftlig prøve

Intern Kommunikation 30 min. mundtlig prøve uden forberedelse og med udgangspunkt i et projekt

Prøve i valgfag (4. interne eksamen efter 3. semester)

Der gives en karakter, som påføres eksamensbeviset.

Driftsøkonomi 3 timers skriftlig prøve.

Markedskommunikation 30 minutters mundtlig prøve

En nærmere beskrivelse af, hvorledes den enkelte eksamen afvikles kan ses i afsnit 8 under hvert valgfag.

11. Internationalisering

Uddannelsesinstitutionerne skal gennem uddannelsen inddrage den internationale dimension i undervisningen.

Uddannelsen er modulopbygget, hvilket betyder, at det er muligt for en studerende at læse et semester i udlandet, ligesom det er muligt for udenlandske studerende at læse et semester på uddannelsen. Uddannelsesstedet skal godkende den udenlandske uddannelsesinstitution og fagligt indhold i de(t) søgte uddannelsesforløb.

Også praktikopholdet på 4. semester vil kunne ske i udlandet. Uddannelsesstedet skal godkende en udenlandsk praktikvirksomhed.

12. Krav til det afsluttende eksamensprojekt

12.1 Afsluttende eksamensprojekt (15 ECTS)

Formålet med det afsluttende eksamensprojekt er, at den studerende skal dokumentere evne til på et metodisk grundlag at kunne bearbejde en kompleks og praksisnær problemstilling i relation til en konkret opgave inden for forvaltningsområdet.

Forudsætninger

For at kunne indstilles til den afsluttende projekteksamen, skal den studerende have bestået samtlige eksaminer på uddannelsens tre tidligere semestre samt praktikforløbet på 4. semester.

Indhold

Projektet skal tage udgangspunkt i centrale problemstillinger i uddannelsen og skal indeholde elementer fra studieopholdet.

Problemstillingen til projektet udarbejdes af den studerende og så vidt muligt i samarbejde med en virksomhed. Projektets problemstilling skal godkendes af skolen.

Forløb

Uddannelsesinstitutionen udarbejder en projektbeskrivelse, hvori formkrav, tidsplan samt eksamen fremgår.

Det afsluttende eksamensprojekt kan udarbejdes individuelt eller af to, højst tre personer i fællesskab.

13. Anvendte undervisnings og arbejdsformer

Undervisningen gennemføres ved anvendelse af forelæsninger, holdundervisning, dialogundervisning, øvelsesrækker, præsentationer, cases, seminarer, gæstelærere fra ind- og udland, projekter samt virksomhedsophold.

I undervisningen inddrages den nyeste viden og resultater fra nationale og internationale forsknings-, forsøgs- og udviklingsarbejder fra de discipliner, som knytter sig til professionen.

I undervisningen inddrages endvidere erfaringer fra praksis og viden fra centrale tendenser i professionen og metoder til at udvikle professionsfaget samt udføre kvalitets- og udviklingsarbejde.

14. Krav til obligatoriske opgaver og projekter

I studieforløbet stilles krav om, at nogle elementer i form af projekter, specialedage, studietur, specialeuger samt øvrige aktiviteter, der skal være gennemført, for at man kan stilles til eksamen. Dette gælder både for de nedenfor nævnte projekter samt øvrige aktiviteter.

Sammen med de egentlige eksamensprøver udgør disse elementer det samlede bedømmelsesgrundlag for eksamen.

14.1 Projekter på de 3 første semestre (foruden eksamensprojekt)

¹Projekt A – Projekt med fokus på virksomhedens strategiske situation samt metode

Det gruppebaserede projekt baseres på et procesuelt forløb med det formål at træne metode ved udarbejdelse af skriftlige projekter. Projektet tager udgangspunkt i semestrets overordnede tema, som er virksomhedens strategiske situation - hovedsageligt fra fagene kommunikation, organisation og ledelse samt økonomi, men faget erhvervsret kan også inddrages. Der afsættes 7 skemafrie dage til projektet, hvor der både forinden og under disse dage er vejledning til projektet.

Projektet fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation under anvendelse af semestrets præsenterede teknikker til dette formål. I forbindelse med fremlæggelsen bør der dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse.

Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen for den mundtlige præstation.

Projekt 1 er en obligatorisk opgave, og skal være godkendt for at læse videre på 2. semester.

Projekt 2 – Projekt med fokus på markedsanalyse

¹ Der udarbejdes særskilt projektoplæg med krav til indhold, form ect. for hvert enkelt projekt

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at arbejde med markedsanalyser på praktiske problemstillinger på danske eller internationale markeder. Projektet vil foregå over en 5 uger-periode parallelt med den almindelige undervisningen, hvor der løbende vil være mulighed for vejledning. Der vil være nogle skemaferie dage i projektperioden.

Projekt afsluttes med præsentation, forsvar og opponering. Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning.

Projekt 2 er en obligatorisk opgave, og skal være godkendt for at kunne gå op til eksamen på 2. semester.

Projekt 3 – Projekt med fokus på processen fra produktudvikling til markedsimplementering

Det gruppebaserede projekt baseres på et processuelt forløb med det formål at arbejde med processen fra produktudvikling til markedsimplementering. Der afsættes to skemafrie uger til projektet, hvor der under ugerne er vejledning til projektet.

Projekt fremlægges ved en gruppebaseret mundtlig præsentation. I forbindelse med fremlæggelsen bør der dokumenteres evne til selvstændighed, samarbejde og fornyelse. Præsentationen efterfølges af en individuel mundtlig prøve med afsæt i projektet og særlig fokus på fagemnerne forhandling og salg fra faget 'international markedsføring og salg'.

Bedømmelse for projektet er bestået/ikke bestået – men der gives en vejledende karakter for projektet. Ikke beståede projekter forbedres efter vejleders anvisning. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen for den mundtlige præstation.

Projekt 3 er en obligatorisk opgave, og skal beståes for at kunne deltage i efterfølgende eksaminer.

14.2 Obligatoriske elementer

Når en opgave eller aktivitet af erhvervsakademiet kaldes "obligatorisk" er det ensbetydende med, at opgaven/aktiviteten skal bestås/godkendes som grundlag for indstilling til det efterfølgende projekt eller eksamen. Obligatoriske elementer ligger udover de krævede projekter og eksaminer og vil fremgå af uddannelsens aktuelle aktivitetsplan.

Eksempler på obligatoriske elementer er afleveringsopgaver og præsentationer samt deltagelse i forhandlings- og salgsteknikaktiviteter, virksomhedsbesøg, temadage m.v.

Definition:

Et obligatorisk emne skal bestås for at kunne blive indstillet til førstkommande interne eller eksterne eksamen. Den svarer typisk til omfanget af en eksamensopgave, men kan have meget forskellig karakter afhængig af formålet med opgaven.

Aflevering:

Opgaverne afleveres på en dato, som fastsættes af den ansvarlige underviser.

Afleveringsform og sted aftales med den enkelte underviser, og det skal klart fremgå til hver obligatorisk opgave, hvilke krav der er til omfang, afleveringsdato og tidspunkt og sted – typisk i forbindelse med egen undervisning.

Opgaverne skal som hovedregel løses som individuelle opgaver. Det er selvfølgelig tilladt at diskutere opgaverne, men det skal tydeligt fremgå, at besvarelsen er individuel.

Afviste opgaver skal forbedres efter undervisers anvisning og vil typisk være en forbedring af samme opgave. Hver studerende har **3 forsøg**. Afvises sidste forsøg har den studerende efter en samtale med uddannelseslederen mulighed for at søge dispensation hos uddannelseslederen.

Evaluerings:

Der gives karakter samt kommentarer til alle opgaver. Såfremt en opgave ikke består afgør den ansvarlige underviser, efter en vejledende samtale med den studerende, hvorvidt den studerende skal forbedre opgaven eller løse en helt ny opgave.

14.3 Øvrige specielle aktiviteter

I studieforløbet foregår der mange andre aktiviteter ifølge den udleverede aktivitetsplan ved studiestart, som ligeledes er at betragte som obligatoriske opgave, idet disse aktiviteter er medvirkende til, at den studerende får den tidligere omtalte kompetenceprofil.

15. Retningslinjer for differentieret undervisning

Som udgangspunkt er undervisningen ens for alle studerende med mindre andre specielle aftaler indgås med uddannelseslederen. Der kan forekomme en mindre differentiering i den daglige undervisning i form af feedback på præsentationer, projekter o. lign. samt ved fællesundervisning af de danske og internationale studerende.

16. Regler om merit m.v.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer eller dele heraf bestået ved en anden institution, ækvivalerer tilsvarende uddannelseselementer eller dele heraf i nærværende studieordning. Hvis det pågældende uddannelseselement er bedømt efter 7-trins-skalaen ved den institution, hvor prøven er aflagt, og ækvivalerer et helt fag i

nærværende studieordning, overføres karakteren. I alle andre tilfælde overføres bedømmelsen som "bestået" og indgår ikke i beregning af karaktergennemsnittet.

Institutionen kan godkende, at beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse træder i stedet for uddannelseselementer, der er omfattet af denne studieordning. Ved godkendelse heraf anses uddannelseselementet for gennemført, hvis det er bestået efter reglerne om den pågældende uddannelse. Bedømmelsen overføres som "bestået".

Den studerende bedes kontakte studievejledningen for aktuel information, da der løbende kan dukke nye muligheder op. Den studerende skal sende en skriftlig ansøgning med de relevante bilag til uddannelsesinstitutionen, såfremt der skal være mulighed for at give merit. Dette gælder ligeledes for Erasmus-studerende, der ønsker at få merit for et semester på 30 ECTS-point.

I Danmark findes der mange overbygningsuddannelser, hvor man med en markedsføringsøkonomuddannelse kan erhverve sig en professionsbacheloruddannelse på 1-1,5 år. Det anbefales at kontakte dit erhvervsakademi for yderligere information om, hvor og hvordan du kan søge information. Vi kan desuden henvise til Uddannelsesguiden (Undervisningsministeriet) samt særligt professionshøjskolerne.

Man kan også vælge at videreudanne sig i udlandet, hvor man med en overbygningsuddannelse på et eller to år kan erhverve sig en international bachelorgrad, hvilket normalt er en 3-årig uddannelse.

16.1 Orlov

En studerende kan få orlov fra uddannelsen begrundet i personlige forhold. Om de nærmere regler for at få orlov samt de bestemmelser, der er gældende for studerende på orlov, henvises til institutionens retningslinjer og bekendtgørelse nr. 106 af 9. februar 2009 om adgang, indskrivning og orlov.

16.2 Dispensation fra studieordningen

Institutionen kan, når særlige forhold begrundet det, dispensere fra de bestemmelser i studieordningen, der ikke er bundet i bekendtgørelsesgrundlaget.

16.3 Klager

Klager over afgørelser i henhold til denne studieordning indgives til institutionen. Fristen for indgivelse af klager er 2 uger fra modtagelse af et eksamensresultat eller den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Institutionens afgørelser efter denne studieordning kan af studerende indbringes for Undervisningsministeriet, når klagen vedrører retlige spørgsmål. Fristen for indgivelse af klagen er 2 uger fra den dag, afgørelsen er meddelt den pågældende.

Klagen stiles til Undervisningsministeriet, men afleveres til institutionen. Denne afgiver en udtalelse, som klageren har lejlighed til inden for en frist af én arbejdsuge at kommentere.

Institutionen fremsender herefter klagen, skolens udtalelse og klagerens eventuelle kommentarer til Undervisningsministeriet.

Klagemuligheder og retningslinjer er fastlagt i:

- Bekendtgørelse 782 af 17/08/09 Om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser.
- Bekendtgørelse nr 689 af 3. juli 2009 Om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

17. Regler om de studerendes studieaktivitet

På Erhvervsakademiet Dania, Mercantec Viborg er det et krav, at den studerende er studieaktiv og afleverer/deltager aktivt i de stillede obligatoriske opgaver/bundne forudsætninger og projektarbejder. De konkrete krav fremgår af den enkelte institutions semesterplan.

Med kravet om studieaktivitet ønsker vi at bidrage til at skabe et udviklende og berigende læringsmiljø for hver enkelt studerende.

For at den studerende kan indstilles til studiets eksaminer (ekstern censur), er det en forudsætning, at den studerende har været studieaktiv. Den studerende har været studieaktiv, når han/hun har deltaget i undervisningen, deltaget/afleveret de obligatoriske emner og har bestået de tilhørende mundtlige prøver og evalueringer.

18. Krav om læsning af tekster på fremmedsprog.

En stor del af litteraturen på uddannelsen vil være på engelsk, og der vil ligeledes være flere uddannelseselementer der helt eller delvist vil foregå på engelsk.

19. Ikrafttrædelsesbestemmelser

Studieordningen træder i kraft med virkning for studerende, der påbegynder studiet pr. 1. sep. 2009.

20. Henvisninger til gældende retsregler

Studieordningens retsgrundlag er følgende lovgivning og bekendtgørelser:

Lov nr. 207 af 31. marts 2008 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser

Bekendtgørelse nr. 636 af 29. juni 2009 om erhvervsakademiuddannelser og professionsbacheloruddannelser.

Bekendtgørelse nr. 689 af 3. juli 2009 om erhvervsakademiuddannelse inden for international handel og markedsføring (markedsføringsøkonom AK)

Bekendtgørelse nr. 106 af 9. februar 2009 om adgang, indskrivning og orlov mv. ved visse videregående uddannelser (Undervisningsministeriets adgangsbekendtgørelse)

Bekendtgørelse nr. 782 af 17. august 2009 om prøver og eksamen i Erhvervsrettede uddannelser

Bekendtgørelse nr. 262 af 20. marts 2007 om karakterskala og anden bedømmelse

Adgang til uddannelsen

Adgang til uddannelsen gives efter bekendtgørelse nr. 106 af 09/02/09 om adgang, indskrivning og orlov mv. ved videregående uddannelser samt de aktuelle adgangskrav til erhvervsakademiuddannelserne, jf. bilag 1 i bekendtgørelse 106 af 09/02/09

Endvidere henvises til uddannelsesinstitutionens optagelseskriterier.